

DA INCIDÊNCIA DO REGIME JURÍDICO DE ACESSO E EXERCÍCIO DE ATIVIDADES DE COMÉRCIO, SERVIÇOS E RESTAURAÇÃO NOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

MARISA DINIS*

Doutora em Direito (Universidade de Salamanca)

EXCERTOS

“Não raras vezes, creem erradamente os consumidores que as vendas abaixo do preço de referência permitem ao comerciante descurar os seus direitos”

“Proíbe-se a venda com redução de preço de produtos adquiridos após a data de início da venda com redução”

“O comerciante, na época de redução de preços, tem de continuar a aceitar todos os meios de pagamento normalmente disponíveis, não podendo aplicar variações de preço do produto em função da modalidade de pagamento utilizada”

“Há que frisar que continua a incidir sobre os comerciantes, na época de redução de preços, a responsabilidade pela falta de conformidade do bem desde que esta se verifique no prazo legal previsto”

“A liberdade de escolha, no que respeita ao período para a realização dos saldos, permitirá ao comerciantes gerir melhor quando, atendendo ao estado do negócio, têm necessidade de efetuar vendas em saldos”

“A relevância das exigências legais a respeito da informação a prestar ao consumidor é óbvia: o direito à informação (completa e verdadeira) do consumidor é essencial para que este possa, de forma consciente e racional, eleger o produto ou serviço que melhor satisfaz as suas necessidades de entre, regra geral, a imensa panóplia de produtos e serviços oferecidos”

1. Considerações iniciais

Recentemente publicado, o Decreto-Lei 10/2015¹, de 16 de janeiro, visa, como decorre de forma expressa do respectivo preâmbulo, proceder a uma “sistematização coerente das regras que determinam o acesso e o exercício de diversas atividades de comércio, serviços e restauração”². Paralelamente com a regulação do exercício destas atividades, pretende ainda, o mesmo diploma, estabelecer o regime contraordenacional a aplicar àqueles que, neste âmbito, não cumprem. Saliente-se, no entanto, que não é objetivo singular do diploma proceder à mera sistematização de normas, nesta sede. Com efeito, nos dizeres do próprio legislador, pretende-se igualmente com este diploma “construir um instrumento facilitador do enquadramento legal ao acesso e exercício de determinadas atividades económicas, oferecendo uma maior segurança jurídica aos operadores económicos e potenciando um ambiente mais favorável ao acesso e exercício das atividades em causa” com o intuito de, além do mais, “potenciar a criação de emprego, aumentando a concorrência, a produtividade e a eficiência e adequar a oferta às novas necessidades dos consumidores”.

De entre as várias normas do diploma ora em análise, verificamos que algumas delas contendem diretamente com os consumidores. São precisamente estas que estarão, neste breve estudo, sob observação.

2. Das novas regras nas práticas comerciais com redução de preço nas vendas a retalho praticadas em estabelecimentos comerciais

As práticas promocionais e outras vendas com redução de preços vêm referidas no artigo 38º do decreto-lei em análise e, de acordo com este, devem obedecer ao estipulado no Decreto-Lei 70/2007, de 26 de março. Este último diploma foi, no entanto, alterado pelo primeiro que, no seu artigo 6º, altera³ nove artigos do Decreto-Lei 70/2007, de 26 de março, o qual, como se depreende, regula as práticas comerciais com redução de preço nas vendas a retalho praticadas em estabelecimentos comerciais, com vista ao escoamento das existências, ao aumento do

volume de vendas ou a promover o lançamento de um produto não comercializado anteriormente pelo agente económico.

Para iniciarmos a nossa análise, valerá a pena recordar o âmbito de aplicação do Decreto-Lei 70/2007 e, bem assim, algumas definições usadas para efeitos de aplicação do próprio diploma. Diga-se, todavia, que, mesmo nestes preceitos preliminares, foram introduzidas alterações legislativas em 2015.

De fato, decorria do artigo 2º do diploma de 2007 que ele se aplicava às vendas a retalho praticadas nos estabelecimentos comerciais e, ainda, com as necessárias adaptações, à oferta de serviços. Neste particular, veio o diploma de 2015 completar o âmbito de aplicação do de 2007, incluindo neste as vendas efetuadas à distância, ao domicílio, ou por outros métodos fora dos estabelecimentos. A inclusão destes tipos de vendas no âmbito de aplicação do diploma ora em análise era esperada, face, desde logo, à expressão económica que tem, nos últimos tempos, alcançado. Trata-se, a nosso ver, de uma medida que eleva o nível de proteção do consumidor que, como é sabido, nesta sede, nunca é demasiado.

É no artigo 3º do diploma que se contemplam as definições necessárias à sua aplicação. Aqui, veio o diploma de 2007 individualizar e definir as três modalidades de venda compreendidas no âmbito do conceito mais abrangente de “práticas comerciais com redução de preço”. Assim, entende-se, para efeitos de aplicação do diploma de 2007, que consubstanciam práticas comerciais com redução de preço os “saldos”, as “promoções” e a “liquidação”.

O primeiro conceito traduz a “venda de produtos praticada a um preço inferior ao anteriormente praticado no mesmo estabelecimento comercial, com o objetivo de promover o escoamento acelerado das existências”. Atendendo às alterações que de seguida indicaremos, a nova definição de “saldos”, imposta pelo Decreto-Lei 10/2015, não faz qualquer menção à época em que estes se realizam, eliminando-se, portanto, a regra que impunha que a venda em saldos ocorresse em fim de estação em períodos legalmente fixados.

“Promoções”, por sua vez, exprime a “venda promovida a um preço inferior ou com condições mais vantajosas que as habituais, com vista a potenciar a venda de determinados produtos ou o lançamento de um

produto não comercializado anteriormente pelo agente económico, bem como o desenvolvimento da atividade comercial, não realizadas em simultâneo com uma venda em saldos”.

Finalmente, o terceiro termo avançado, a saber, “liquidação”, assenta na “venda de produtos com um carácter excepcional que se destine ao escoamento acelerado com redução de preço da totalidade ou de parte das existências do estabelecimento, resultante da ocorrência de motivos que determinem a interrupção da venda ou da atividade no estabelecimento”.

A lei é clara ao afirmar que estas são as únicas modalidades que admitem o exercício de práticas comerciais com redução de preço.

Esta matéria é de elevada importância para o consumidor, que poderá, desta forma, adquirir produtos/serviços a um preço reduzido face ao preço de referência, isto é, ao preço anteriormente praticado para o produto em causa ou a praticar, após o período de redução, caso o produto não tenha sido comercializado anteriormente pelo comerciante. É vital, porém, consciencializar os consumidores e os comerciantes de que a redução de preço não implica ou, melhor dizendo, não pode implicar uma diminuição dos direitos e das garantias dos consumidores.

A redução
de preço
não pode
implicar uma
diminuição dos
direitos e
das garantias
dos consumidores

Com efeito, não raras vezes, creem erradamente os consumidores que as vendas abaixo do preço de referência permitem ao comerciante descurar os seus direitos. Contribui para esta crença o fato de os comerciantes, por vezes, não resistirem à tentação de, por esta via, venderem produtos de qualidade inferior e apregoarem a aplicação, nesta fase, de regras menos favoráveis aos consumidores, sobretudo no que respeita às garantias que lhes são devidas.

Com o objetivo de garantir a seriedade exigida pela *ratio* subjacente ao exercício de práticas comerciais com redução de preço que, sublinhe-se, interessa sobejamente aos comerciantes, que, desta forma, podem escoar produtos antigos e obter rapidamente fundos indispensáveis para a aquisição de novos produtos, mais apelativos para venda⁴, estipula o

artigo 4º do diploma, sob epígrafe “informação para a concorrência leal na venda com redução de preço”, a obrigação de o comerciante indicar inequivocamente a modalidade de venda de redução de preço, “o tipo de produtos, a respectiva percentagem de redução, bem como a data de início e o período de duração”. Ainda com o intuito de proteger a boa concorrência, proíbe-se a venda com redução de preço de produtos adquiridos após a data de início da venda com redução.

O comerciante tem de garantir que o consumidor consiga, de forma acessível e simples, conhecer o preço anteriormente praticado e o novo preço. Para tanto, ambos devem estar expressamente indicados ou, em vez de se referir exatamente o novo valor, poderá o comerciante aludir à percentagem de desconto a aplicar.

Os artigos 7º, 8º e 9º do Decreto-Lei 70/2007 não sofreram quaisquer alterações, mas valerá a pena trazer à colação algumas das obrigações aqui elencadas, visto que pretendem garantir os interesses dos consumidores.

Assim, é preciso reiterar, desde logo, que o comerciante, na época de redução de preços, tem de continuar a aceitar todos os meios de pagamento normalmente disponíveis, não podendo aplicar variações de preço do produto em função da modalidade de pagamento utilizada.

No que respeita às trocas e às garantias a dar em época de redução de preço, há que atentar nos dizeres dos artigos 8º e 9º. Referimos já que a venda com redução de preço não pode implicar uma diminuição dos direitos dos consumidores. Na verdade, assim é, apesar de, por vezes, os comerciantes não o cumprirem e os consumidores não o exigirem. Entre os direitos que assistem aos consumidores, em qualquer altura e, por isso, também nesta, estão os importantes direitos à informação e à garantia dos bens adquiridos. Porque têm subsistido dúvidas a este respeito, apesar de a respectiva legislação ser clara, recapitulemos muito sucintamente as garantias a prestar ao consumidor⁵.

Primeiramente há que frisar que continua a incidir sobre os comerciantes, na época de redução de preços, a responsabilidade pela falta de conformidade do bem desde que esta se verifique no prazo legal previsto, tal como decorre do Decreto-Lei 67/2003, de 8 de abril. Saliente-se que, em caso de falta de conformidade do bem com o contrato, o consumidor tem direito, sem quaisquer encargos

(isto é, as despesas necessárias à reparação do defeito não podem ser imputadas ao consumidor, incluindo as inerentes ao transporte, à mão de obra e ao material a utilizar na reparação), à reparação do bem, à sua substituição, à redução adequada do preço ou à resolução do contrato (com a devolução integral do valor pago e não com a entrega de uma nota de crédito), nos termos do artigo 4º da Lei 67/2003. Optar por uma das quatro soluções apresentadas pela lei cabe ao consumidor e não ao comerciante, contrariamente ao que sucede na prática com alguma regularidade, desde que a opção selecionada não consubstancie abuso de direito.

O prazo legal previsto para o exercício do direito vindo de referir é de dois anos ou de cinco anos a contar da entrega do bem, consoante estejamos perante bens móveis ou bens imóveis, conforme artigo 5º da mesma lei. Tratam-se, estes, dos prazos máximos para o consumidor arguir a falta de conformidade do bem, sob pena de caducidade do respectivo direito, mas devem ainda ser respeitados os prazos constantes do n. 2 do artigo 5ºA da Lei 67/2003, a saber, de dois meses, no caso de bens móveis, ou de um ano, quando se trate de bens imóveis, a contar do conhecimento da falta de conformidade do bem com o contrato de compra e venda, para o consumidor denunciar, junto do vendedor, o defeito do bem.

Não quer isto dizer que os comerciantes fiquem impedidos de vender produtos com defeito. Podem, de fato, fazê-lo desde que, naturalmente, informem devida e adequadamente o consumidor, nos termos do disposto no artigo 9º do Decreto-Lei 70/2007. Da informação a prestar salienta-se a necessidade de o defeito estar claramente anunciado e identificado. Veja-se que, na eventualidade de esta informação não ser devidamente veiculada, ganha o consumidor o direito de trocar o produto por outro que concretize os mesmos fins ou a receber a totalidade do valor pago.

Poderá, se existir acordo entre o comerciante e o consumidor nesse sentido, o consumidor ter direito à substituição desmotivada do produto adquirido com redução de preço⁶. Falamos do prescrito no artigo 8º do Decreto-Lei 70/2007, que admite, como se infere, a possibilidade de o comerciante conceder ao consumidor o direito de trocar o bem sem que este apresente qualquer defeito. Porém, para tanto, torna-se necessário,

para além do falado acordo, que o estado de conservação do produto não tenha sofrido quaisquer deteriorações após o momento da compra, que seja apresentado o comprovativo da compra com indicação da possibilidade de troca e que esta ocorra nos primeiros cinco dias úteis a contar da data da aquisição a não ser que o comerciante defina prazo mais longo, nos termos do Decreto-Lei 67/2003.

Desmente-se, pois, o mito que apregoa a diminuição das garantias dos consumidores em épocas de vendas a preço reduzido.

Continuando a nossa análise, há que referir que uma das principais alterações introduzidas pelo Decreto-Lei 10/2015 na legislação sobre as vendas com redução de preço respeita à venda em saldos e, neste particular, ao período em que os comerciantes podem realizar vendas em saldos.

Durante bastante tempo, o período para a venda em saldos esteve taxativamente definido na lei, obrigando os operadores comerciais a respeitar dois períodos: o compreendido entre o dia 28 de dezembro e 28 de fevereiro e o compreendido entre 15 de julho e 15 de setembro.

Com a entrada em vigor do Decreto-Lei 10/2015, a 1º de março de 2015, mantêm-se os quatro meses como período máximo para a realização de vendas em saldos, mas cabe agora ao comerciante definir os períodos em que tais vendas ocorrem. Trata-se de uma medida que, em nossa opinião, beneficia operadores comerciais e consumidores. De fato, como frisamos anteriormente, as vendas em saldos representam para os comerciantes uma possibilidade de aumentarem o volume de vendas rapidamente e de escoarem os produtos de coleções anteriores como o intuito de renovar a gama de produtos a oferecer aos consumidores; por sua vez, representam para os consumidores a possibilidade de adquirirem produtos a um preço inferior ao normalmente praticado e assim satisfazer melhor as suas necessidades.

Ora, a liberdade de escolha, no que respeita ao período para a realização dos saldos, permitirá ao comerciantes gerir melhor quando, atendendo ao estado do negócio, têm necessidade de efetuar vendas em saldos. Por sua vez, representará para o consumidor a possibilidade de comprar produtos em saldos provavelmente durante vários meses ao longo do ano. Esta liberdade traduzir-se-á num estímulo ao jogo da concorrência que beneficiará, por certo, o consumidor.

Pese embora a liberdade supramencionada, o comerciante tem de informar a Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE) do período em que vai realizar vendas em saldo. Esta declaração, que deve conter a identificação e o domicílio do comerciante ou morada do estabelecimento, o número de identificação fiscal e a indicação da data de início e de fim do período de saldos em causa, deve ser dirigida à ASAE com a antecedência mínima de cinco dias úteis relativamente à data do início da venda em saldo⁷.

Para além das vendas em saldo, são ainda modalidades das vendas com redução de preço as denominadas promoções e a liquidação. Aquilataremos agora se também estas sofreram alterações em 2015.

Ora, as primeiras não sofreram alterações em 2015 face ao prescrito em 2007. As promoções, segundo o diploma legal, consistem na “venda promovida a um preço inferior ou com condições mais vantajosas que as habituais, com vista a potenciar a venda de determinados produtos ou o lançamento de um produto não comercializado anteriormente pelo agente económico, bem como o desenvolvimento da atividade comercial, não realizadas em simultâneo com uma venda em saldos” e, nos termos do artigo 9º do Decreto-Lei 70/2007, podem ocorrer em qualquer momento. Não se admite, nem se admitia anteriormente, a venda simultânea em promoções e em saldos.

Por sua vez, a venda de produtos em liquidação, ou seja, “a venda de produtos com um carácter excepcional que se destine ao escoamento acelerado com redução de preço da totalidade ou de parte das existências do estabelecimento”, só pode ocorrer numa das situações previstas na lei resultante que determinem a interrupção da venda ou da atividade no estabelecimento. As situações taxativamente elencadas no artigo 12º do Decreto-Lei 70/2007 não sofreram alterações em 2015 e são as seguintes: a) venda efetuada em cumprimento de uma decisão judicial; b) cessação total ou parcial da atividade comercial; c) mudança de ramo; d) trespasse ou cessão de exploração do estabelecimento

O comerciante
tem de informar
a Autoridade de
Segurança Alimentar
e Económica (ASAE)
do período em que
vai realizar
vendas em saldo

comercial; e) realização de obras que inviabilizem a prática comercial no estabelecimento durante o período de sua execução; f) danos provocados, no todo ou em parte, nas existências por motivo de força maior.

Também no caso de vendas em liquidação, deve o comerciante remeter à ASAE, até 15 dias antes da data prevista para o início da venda em liquidação, uma declaração que indique a identificação e o domicílio do comerciante ou a morada do estabelecimento, o número de identificação fiscal, os fatos que justificam a realização da liquidação e a indicação da data de início e de fim do período de liquidação, que não deve exceder 90 dias⁸. Sobre as vendas em liquidação há ainda a referir que caso a venda em liquidação, nos termos e pelos motivos declarados, não seja possível de concretizar, deve o comerciante comunicar à ASAE as razões subjacentes a tal impossibilidade.

O diploma de 2015 veio, ainda a propósito da venda em liquidação, revogar o artigo 14º do Decreto-Lei 70/2007, principal alteração introduzida nesta matéria, que impedia o mesmo comerciante de proceder a nova liquidação antes de decorridos, pelo menos, dois anos da anterior, exceção feita às vendas em liquidação efetuadas em cumprimento de uma decisão judicial e às efetuadas por ocasião de danos provocados, no todo ou em parte, nas existências por motivo de força maior.

3. Dos requisitos gerais para as atividades de comércio, serviços e restauração e dos direitos dos consumidores

É no título II do Decreto-Lei 10/2015 que se relatam os requisitos gerais para as atividades de comércio, serviços e restauração. Entre estes constam alguns que são diretamente dirigidos à proteção do consumidor.

Neste sentido, refere-se, desde logo, no artigo 25º, sob a égide da epígrafe “obrigações gerais nas relações com os consumidores”, que os operadores económicos devem observar, nas respectivas atividades, os direitos dos consumidores consagrados na Constituição e na lei. Sempre teria de ser assim, de qualquer forma, mas vem o legislador relembrar a importância da política de proteção do consumidor.

No artigo seguinte recorda o legislador que a informação sobre bens ou serviços comercializados no mercado nacional deve ser veiculada em língua portuguesa⁹. O preceito refere-se, em particular, às informações sobre a natureza, sobre as características e sobre as garantias de tais bens ou serviços que sejam facultadas diretamente nos locais de venda ou por qualquer meio publicitário ou ainda constar de quaisquer meios informativos, designadamente, rótulos¹⁰, embalagens, prospectos, catálogos ou livros de instruções. Estas informações devem ser precisas e esclarecidas. Trata-se, mais uma vez, de um lembrete do legislador e não de uma inovação.

Na verdade, o direito à informação é, desde há muito, um direito dos consumidores, consagrado inclusivamente na Constituição da República Portuguesa¹¹, e a obrigatoriedade de ser redigida em língua portuguesa vem consagrada no Decreto-Lei 238/86, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei 42/88, de 6 de fevereiro, para onde somos, no diploma de 2015, diretamente remetidos. Como direito basilar que é, vem igualmente consagrado na Lei 24/96, de 31 de julho, denominada Lei de Defesa do Consumidor (artigo 3º, alínea *d*). Nesta mesma lei, no n. 3 do artigo 7º, reforça-se precisamente que toda a informação deve ser prestada, ao consumidor, em língua portuguesa.

A relevância das exigências legais a respeito da informação a prestar ao consumidor é óbvia: o direito à informação (completa e verdadeira) do consumidor é essencial para que este possa, de forma consciente e racional, eleger o produto ou serviço que melhor satisfaz as suas necessidades de entre, regra geral, a imensa panóplia de produtos e serviços oferecidos.

O artigo 27º do Decreto-Lei 10/2015 faz referência ao livro de reclamações mencionando que este deve ser disponibilizado nos estabelecimentos de comércio e de prestação de serviços. Trata-se, novamente, de um reforço legislativo já que esta matéria, como, aliás, vem expressamente dito nesse mesmo artigo, está consagrada no Decreto-Lei 156/2005, de 15 de setembro, cujos anexos I (este alterado, pela última vez, em 2012) e II enumeram expressamente as entidades que têm obrigatoriamente de disponibilizar livro de reclamações. Não há, portanto, no diploma de 2015 nenhuma alteração a este elenco. O legislador pretendeu, apenas, lembrar a importância deste meio de

defesa ao serviço do consumidor. É, pois, o livro de reclamações, tal como decorre diretamente do preâmbulo do diploma que o regula, “um dos instrumentos que tornam mais acessível o exercício do direito de queixa, ao proporcionar ao consumidor a possibilidade de reclamar no local onde o conflito ocorreu”. A criação deste mecanismo teve como objetivo primeiro o de proporcionar a célere resolução de conflitos entre consumidores e agentes económicos.

Ainda no âmbito da resolução de conflitos, mais propriamente no que respeita aos meios alternativos de resolução de litígios, dispõe o Decreto-Lei 10/2015, no seu artigo 29º, que “os operadores económicos que, no âmbito da atividade de comércio a retalho ou de prestação de serviços, sejam aderentes de um ou mais centros de arbitragem de conflitos de consumo em funcionamento devem informar os consumidores sobre essa adesão” e, mais se informa no mesmo preceito, que esta informação “deve constar dos contratos celebrados com os consumidores, ser afixada no respectivo estabelecimento comercial e divulgada no sítio na internet, quando exista, através da colocação de sinal distintivo”. Esta indicação legal ilustra a hierarquia crescente que estes meios têm adquirido no âmbito do direito do consumo¹².

Os preceitos que se seguem visam alertar para as regras inerentes à afixação de preços (artigo 30º), para a proibição de práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores (artigo 32º), para as obrigações legais no âmbito das garantias (artigo 34º), para a substituição voluntária do produto (artigo 35º), para a responsabilidade por produtos defeituosos (artigo 36º) e para o orçamento (artigo 39º). Vejamos, para finalizar estas breves notas, cada um destes preceitos.

No artigo 30º do Decreto-Lei 10/2015 dispõe-se que “a afixação dos preços de venda ao consumidor e a indicação dos preços para prestação de serviços devem obedecer ao disposto no Decreto-Lei 138/90, de 26 de abril, alterado pelo Decreto-Lei 162/99, de 13 de maio”. Trata-se, uma vez mais, de uma norma remissiva.

Tendo o preço do produto ou serviço uma influência direta e, na maior parte das vezes, decisória, na resolução de contratar, há que garantir que este não está rodeado de manhas e artimanhas e, por isso, é dado a conhecer ao consumidor de forma clara. Manda, por isso, a lei, que todos os bens destinados à venda a retalho exibam o preço de

venda ao consumidor¹³. O n. 5 do artigo 1º do Decreto-Lei 138/90, na redação dada pelo Decreto-Lei 162/99, demanda que o preço indicado, expresso em moeda com curso legal em Portugal, seja o preço total e final, isto é, o preço a apresentar ao consumidor já tem de incluir todos os impostos, taxas e outros encargos que eventualmente incidam sobre o bem ou produto. O preço final, nos termos agora vistos, deve ser apresentado de modo visível, inequívoco, fácil e perfeitamente legível. O suporte onde o preço está indicado deve ser aquele que permita informar da melhor forma o consumidor.

A este respeito vale ainda a pena recordar que estas regras são igualmente aplicáveis à publicidade quando esta indica o preço dos produtos ou serviços publicitados¹⁴.

Este diploma faz igualmente alusão às regras previstas para os pedidos de orçamento. Com efeito, sempre que o preço não se encontre determinado ou não seja possível determiná-lo com precisão, “o prestador de serviços, nos termos do disposto na alínea a) do n. 3 do artigo 20º do Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho, e em função da concreta prestação de serviços solicitada, deve fornecer, quando solicitado pelo cliente, um orçamento detalhado”¹⁵. O orçamento pode ser oneroso desde que o valor em causa não exceda os custos efetivos da sua elaboração e que seja descontado do preço do serviço sempre que este venha a ser efetivamente prestado.

É sobejamente sabido que a relação entre os operadores económicos e os consumidores é manifestamente desequilibrada, exercendo os primeiros sobre os segundos uma posição de verdadeira superioridade no que respeita ao poder contratual. Tem o legislador intervindo no sentido de minimizar o recurso a práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores. Este caminho, de todo inacabado, é de extrema importância para nivelar um pouco forças que jamais serão iguais. O artigo 32º do Decreto-Lei 10/2015 remete para a aplicação do disposto no Decreto-Lei 57/2008, de 26 de março, que regula as práticas comerciais desleais¹⁶. O aludido artigo 32º menciona que “no âmbito da atividade de comércio ou de prestação de serviços é proibido o exercício de práticas comerciais desleais, incluindo em matéria de publicidade, de práticas comerciais enganosas e de práticas comerciais agressivas, que prejudiquem diretamente os

interesses económicos dos consumidores e indiretamente os interesses económicos de concorrentes legítimos” remetendo, *in fine*, para aplicação do diploma regulador das práticas comerciais desleais.

O diploma das práticas comerciais desleais determina uma proibição geral única dessas práticas considerando que elas “distorcem o comportamento económico dos consumidores”. De assinalar que as práticas comerciais desleais são proibidas em qualquer fase da relação contratual entre o profissional e o consumidor. Assim, aplicar-se-á tanto na fase pré-contratual como na fase contratual propriamente dita e bem ainda na fase pós-contratual¹⁷.

Paralelamente com a referida proibição geral de práticas comerciais desleais, o diploma individualiza e qualifica como desleais, no artigo que epigrafa de “práticas comerciais desleais em especial”, as seguintes: “a) as práticas comerciais susceptíveis de distorcer substancialmente o comportamento económico de um único grupo, claramente identificável, de consumidores particularmente vulneráveis, em razão da sua doença mental ou física, idade ou credulidade, à prática comercial ou ao bem ou serviço subjacentes, se o profissional pudesse razoavelmente ter previsto que a sua conduta era susceptível de provocar essa distorção; b) as práticas comerciais enganosas e as práticas comerciais agressivas referidas nos artigos 7.º, 9.º e 11.º; c) as práticas comerciais enganosas e as práticas comerciais agressivas referidas, respectivamente, nos artigos 8.º e 12.º, consideradas como tal em qualquer circunstância”.

O artigo 33º faz referência expressa às obrigações relativas a pessoas com deficiência e incapacidade visual. Os dizeres desta norma são, na verdade, recalcados da Lei 33/2008, de 22 de julho, que estabelecia medidas de promoção da acessibilidade à informação sobre determinados bens de venda ao público para pessoas com deficiências e incapacidades visuais e que foi agora, pela alínea a) do artigo 13º do Decreto-Lei 10/2015, revogada. Dispõe o n. 1 do artigo 33º do Decreto-Lei 10/2015 que “as empresas que detenham mais de cinco estabelecimentos de comércio misto, que funcionem sob uma insígnia comum, com área superior a 300 m² cada um, devem em pelo menos um dos seus estabelecimentos localizado em cada concelho, assegurar os seguintes serviços: a) acompanhamento personalizado para as pessoas com deficiências e incapacidades

visuais, no acesso aos produtos que se encontrem expostos; b) impressão em braille, no ato da compra e numa etiqueta por produto, da informação tida como necessária, nomeadamente a relativa a denominação e características principais e data de validade”. Com efeito, se compararmos o que agora se dispõe com o que se dispunha na mencionada Lei 33/2008, verificamos que o regime a aplicar e os requisitos que lhe subjazem são os mesmos.

Uma pequena nota de índole conceptual. A utilização do sentido subjetivo de “empresas” não nos parece a mais adequada. Em nosso entendimento, melhor ficaria se o legislador se referisse ao titular, pessoa singular ou coletiva, dos cinco estabelecimentos. A mesma crítica podemos aportar à revogada Lei 33/2008 que assumia que o titular dos cinco estabelecimentos era sempre uma sociedade não admitindo, portanto, talvez porque na prática não habitual, que fosse, por exemplo, um comerciante em nome individual. Aliás, desta forma, a letra do artigo 1º da lei revogada, referente ao respectivo âmbito de aplicação da lei, abarcaria apenas pessoas coletivas: “estão sujeitas ao regime estabelecido na presente lei as sociedades que detenham mais de cinco estabelecimentos de comércio misto, funcionando sob insígnia comum, com área superior a 300 m² cada um”. Neste aspecto, e pese embora a crítica conceptual anteriormente avançada, podemos dizer que o atual regime a aplicar, decorrente do artigo 33º do Decreto-Lei 10/2015, é, pelo menos pela letra da lei, mais abrangente do que o regime anterior.

As práticas comerciais desleais são proibidas em qualquer fase da relação contratual entre o profissional e o consumidor

Avancemos, agora, para o artigo 34º do Decreto-Lei 10/2015. Com carácter meramente informativo e remissivo, o artigo 34º vem referir-se às garantias e à assistência pós-venda. Diz a este propósito que, “no caso de desconformidade do bem com o contrato, deve ser observado o regime relativo a certos aspectos da venda de bens de consumo e das garantias a ela relativas, estabelecido no Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 84/2008, de 21 de maio”. O regime para onde se remete, diga-se, sempre seria de aplicar mesmo

ante o silêncio da lei. Refere ainda o número seguinte do mesmo preceito que “os operadores económicos devem garantir a assistência pós-venda nos termos previstos na lei, designadamente no Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 84/2008, de 21 de maio”. Finaliza a tríade do artigo estipulando que “o disposto nos números anteriores aplica-se, com as devidas adaptações, à prestação de serviços”.

A este respeito, é preciso salientar que, com alguma regularidade, tem sido diminuída a abrangência real do Decreto-Lei 67/2003. Efetivamente, as garantias aqui previstas dirigem-se, conforme decorre do n. 1 do artigo 1º A, à falta de conformidade dos produtos adquiridos no âmbito de um contrato de compra e venda celebrado entre profissionais e consumidores. Mas não se esgota aqui o âmbito de aplicação do diploma. Na verdade, como preceitua o número seguinte, o Decreto-Lei 67/2003 tem ainda aplicação no que respeita “aos bens de consumo fornecidos no âmbito de um contrato de empreitada ou de outra prestação de serviços, bem como à locação de bens de consumo”. Ficarão, portanto, abrangidas por estas normas as atividades prestadas, por exemplo, pelas oficinas, pelas lavanderias, pelos salões de estética e de beleza, entre outros. Não se trata, pois, a nosso ver, de uma inovação de 2015, trazida pelo Decreto-Lei 10/2015, a aplicação da lei das garantias às prestações de serviços. Claro que esta aplicação, antes e agora, sempre terá de ser efetuada com as devidas adaptações face sobretudo à natureza do serviço prestado, que, raramente, se compadecerá com o prazo de dois anos. Seja como for, esta definição terá de ser efetuada casuisticamente sem se desvirtuar a *ratio* subjacente às garantias nem exigir o inexigível ao comerciante.

Sobre a forma e o prazo para exercer os direitos referidos no Decreto-Lei 67/2003, trazemos à colação o que, brevemente, referimos aquando da nossa análise às vendas com redução de preços.

Carreamos igualmente para este ponto o que dissemos a propósito da substituição voluntária dos produtos a que alude o artigo 35º do Decreto-Lei 10/2015 ao referir que “sem prejuízo dos direitos dos consumidores previstos no artigo anterior, o operador económico pode, mediante acordo com o consumidor, proceder à substituição do produto adquirido nos termos do artigo 8.º do Decreto-Lei n.º 70/2007,

de 26 de março, independentemente de a aquisição ter tido lugar no âmbito de prática comercial com redução de preço”.

No artigo 36º o diploma menciona a responsabilidade por produtos defeituosos dizendo, novamente, o óbvio e reencaminhando para os respectivos diplomas reguladores. Assim, recorda o diploma de 2015 que “os operadores económicos estão sujeitos ao regime da responsabilidade do produtor por danos causados por defeitos dos produtos que põem em circulação, previsto no Decreto-Lei n.º 383/89, de 6 de novembro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 131/2001, de 24 de abril”.

4. Conclusões

Pretendeu-se, com este estudo, analisar, de forma breve e sintética, a incidência do Decreto-Lei 10/2015 nos direitos do consumidor. Verificamos, neste domínio, que o diploma sob análise pretende sobretudo sistematizar as regras aplicáveis ao acesso e ao exercício de diversas atividades de comércio, serviços e restauração. Estas atividades são, na verdade, aquelas que têm como principais destinatários os consumidores e, por assim, é natural que o diploma se refira aos direitos que a estes assistem.

O diploma acarreta alterações significativas às regras nas práticas comerciais com redução de preço nas vendas a retalhos praticadas em estabelecimentos comerciais. Entre estas regras, a de maior monta é, sem dúvida, a da admissibilidade de a venda em saldos ser realizada em qualquer período sem, portanto, ter de obedecer aos períodos legalmente estipulados no regime anterior.

Apesar da predita inovação legislativa, podemos concluir que, de forma frequente, a técnica legislativa utilizada na referência aos direitos dos consumidores é da remissão. Com efeito, verificamos que o legislador individualiza e especifica o direito em causa e dá conta do regime a aplicar indicando o diploma que o regula, não o revogando nem alterando, salvo raras exceções. Assim sucede, por exemplo, com as importantes matérias referentes ao direito à informação dos consumidores, às regras inerentes à afixação dos preços dos bens e às garantias dos bens e serviços adquiridos onde o diploma de 2015 não

intervenção. Diferentemente, revoga-se o diploma que regulava as medidas de promoção da acessibilidade à informação sobre determinados bens de venda ao público para pessoas com deficiências e incapacidades visuais, apesar de se manter o espírito, os requisitos e as exigências nele consagrados, o que, aliás, se revela nos dizeres do artigo 33º do diploma em referência.

Notas

- * Marisa Dinis. Doutora em Direito (Universidade de Salamanca). Mestre em Ciências Jurídico-Empresariais e licenciada em Direito (Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra). Professora-adjunta no Instituto Politécnico de Leiria. Presidente do Conselho Pedagógico da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria.
1. O Decreto-Lei 10/2015, de 16 de janeiro, aprova o regime jurídico de acesso e exercício de atividades de comércio, serviços e restauração e assegura o cumprimento na ordem jurídica interna do disposto no artigo 6º do Regulamento (CE) 852/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de abril de 2004, relativo à higiene dos géneros alimentícios, do disposto no artigo 4º do Regulamento (CE) 853/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de abril de 2004, que estabelece regras específicas de higiene aplicáveis aos géneros alimentícios de origem animal, bem como do disposto nos artigos 9º a 11º, 13º a 17º e 19º do Regulamento (CE) 183/2005, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de janeiro de 2005, que estabelece requisitos de higiene dos alimentos para animais, e implementa o Decreto-Lei 92/2010, de 26 de julho, que transpõe para a ordem jurídica interna a Diretiva 2006/123/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, relativa aos serviços no mercado interno, e a Lei 9/2009, de 4 de março, alterada pelas Leis 41/2012, de 28 de agosto, e 25/2014, de 2 de maio, que transpõe para a ordem jurídica interna a Diretiva 2005/36/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de setembro de 2005, relativa ao reconhecimento das qualificações profissionais. Procede ainda à alteração dos seguintes diplomas: a) Decreto-Lei 48/96, de 15 de maio, alterado pelos Decretos-Leis 126/96, de 10 de agosto, 111/2010, de 15 de outubro, e 48/2011, de 1º de abril, que estabelece um novo regime dos horários de funcionamento dos estabelecimentos comerciais; b) Decreto-Lei 8/2007, de 17 de janeiro, alterado pelos Decretos-Leis 116/2008, de 4 de julho, 292/2009, de 13 de outubro, e 209/2012, de 19 de setembro, que cria a Informação Empresarial Simplificada; c) Decreto-Lei 70/2007, de 26 de março, que regula as práticas comerciais com redução de preço nas vendas a retalho praticadas em estabelecimentos comerciais, com vista ao escoamento das existências, ao aumento do volume de vendas ou a promover o lançamento de um produto não comercializado anteriormente pelo agente económico; d) Decreto-Lei 48/2011, de 1º de abril, alterado pelo Decreto-Lei 141/2012, de 11

de julho, que simplifica o regime de acesso e de exercício de diversas atividades económicas no âmbito da iniciativa “Licenciamento zero”; e) Lei 13/2013, de 31 de janeiro, que estabelece o regime jurídico para a utilização de gases de petróleo liquefeito (GPL) e gás natural comprimido e liquefeito (GN) como combustível em veículos. Finalmente, aprova-se, em anexo ao diploma, o regime jurídico de acesso e exercício de atividades de comércio, serviços e restauração (RJACSR).

2. O diploma entrou em vigor a 1º de março de 2015, salvo no que respeita às normas que constituam habilitação para a aprovação de regulamentos administrativos e no que respeita aos requisitos previstos no artigo 112º do RJACSR para o exercício da função de responsável técnico de atividade funerária, que entraram em vigor no dia 17 de janeiro de 2015.
3. O Decreto-Lei 10/2015, para além de alterar alguns artigos do Decreto-Lei 70/2007, revoga os referidos no artigo 13º (norma revogatória), a saber, nºs 3 e 4 do artigo 4º, o n. 2 do artigo 5º, o n. 3 do artigo 10º, o artigo 14º, e a alínea c) do artigo 17º.
4. Note-se que o objetivo central dos saldos não é o de permitir aos consumidores a aquisição de produtos a baixo custo, mas sim o de escoar as existências e, dessa forma, obter financiamento para adquirir novo *stock*. É precisamente por ser assim que se impede o comerciante de vender em saldo produtos adquiridos após a data de início da venda com redução, pois, poderiam simular saldos adquirindo, por exemplo, produtos de qualidade inferior.
5. Sobre esta matéria vd. FROTA, Mário, “Garantia das Coisas Móveis Duradouras”, in *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, n. 53, 2008, pp. 28 a 42; GOMES, Manuel, “Ser ou não ser Conforme, Eis a Questão – em tema de garantia legal de conformidade na venda de bens de consumo”, in *Cadernos de Direito Privado*, n. 21, 2008, pp. 3 a 20. FROTA, Mário, “Coisas móveis duradouras: o regime das garantias no ordenamento jurídico português”, in *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, 4, dezembro 2011, pp. 137-166. CARVALHO, Morais de. *Manual de direito do consumo*, Almedina, Coimbra, 2014, 2. ed. (sobre as garantias ver, em particular, página 181 e seguintes).
6. Recorde-se que, no que respeita aos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento, tem o consumidor sempre, independentemente de motivo, direito de retratação. Para um estudo aprofundado sobre estes contratos vd. CARVALHO, Morais de. *Manual de Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2014, 2. ed. (em particular, página 129 e seguintes). CARVALHO, Morais de; PINTO FERREIRA, João, *Contratos Celebrados à Distância e Fora de Estabelecimento Comercial – Anotação ao Decreto-Lei n. 24/2014*, de 14 de fevereiro, Almedina, Coimbra, 2014. DINIS, Marisa, “Contratos celebrados à distância e contratos celebrados fora do estabelecimento comercial – da diretiva à transposição para o ordenamento jurídico português”, in *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, v. IV, n. 15, setembro 2014, pp. 99-126. LOUREIRO, Francisco, “Do Direito de Desistência ou de Retratação no Contrato de Crédito ao Consumidor”, in *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, n. 18, junho 2015, pp. 121 a 146.

7. Esta declaração, aditada pelo diploma de 2015, vem prevista no n. 5 do artigo 10º do Decreto-Lei 70/2007, e pode ser efetuada “através do “Balcão do empreendedor”, previsto no artigo 3.º do Decreto-Lei 48/2011, de 1º de abril, alterado pelo Decreto-Lei 141/2012, de 11 de julho, ou por qualquer outro meio legalmente admissível”.
8. Esta declaração deve ser feita através de um dos meios referidos anteriormente a propósito da declaração a efetuar pelo comerciante no âmbito da venda em saldo.
9. Sempre que as informações escritas estão redigidas em língua estrangeira é obrigatória a tradução integral para a língua portuguesa e, bem assim, a aposição do texto de tradução nos rótulos ou embalagens. Note-se, ainda que, nos termos do artigo 1º do Decreto-Lei 62/88, de 27 de fevereiro, “as informações ou inscrições respeitantes às características, instalação, serviço ou utilização, montagem, manutenção, armazenagem, transporte, e garantias relativos a máquinas, aparelhos, utensílios e ferramentas oferecidos no mercado nacional são obrigatoriamente escritas em língua portuguesa, salvo se não existirem nestas palavras ou expressões correspondentes, ou cujo uso se tenha tornado corrente em Portugal e sejam insusceptíveis de gerar equívocidade de significado”.
10. Sobre os rótulos há que ver o artigo 37º do Decreto-Lei 10/2015 que refere que “os produtos oferecidos para venda ao consumidor final devem observar o disposto na legislação específica do produto no que se refere à sua apresentação e rotulagem”.
11. “A Constituição da República Portuguesa acolheu, por sua vez, estes direitos, na revisão constitucional de 1982, concedendo-lhes, assim, a natureza de direitos fundamentais. Outrora no artigo 110.º da Constituição, atualmente no artigo 60.º, dita o legislador, no n.º 1 deste último, que ‘os consumidores têm direito à qualidade dos bens e serviços consumidos, à formação e à informação, à protecção da saúde, da segurança e dos seus interesses económicos, bem como à reparação de danos.’” Cfr. DINIS, Marisa. “O Direito à Informação – Consequências em Caso de Preterição dos Deveres de Informação”, in *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, v. V, n. 16, dezembro de 2014, pp. 87-123.
12. Sobre esta matéria *vd.* CEBOLA, Cátia S. M, “Mediação e Arbitragem de Conflitos de Consumo: panorama português”, *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, n. 6, 2012, pp.11 a 46.
13. Diz ainda, o mesmo preceito, que “os géneros alimentícios e os produtos não alimentares postos à disposição do consumidor devem conter também o preço por unidade de medida” e que “nos produtos vendidos a granel apenas deverá ser indicado o preço por unidade de medida” e ainda que, “sempre que as disposições comunitárias ou nacionais exijam a indicação do peso líquido e do peso líquido escorrido para determinados produtos pré-embalados, será suficiente indicar o preço por unidade de medida do peso líquido escorrido”. Ficam sujeitos a disposições especiais “os géneros alimentícios comercializados nos hotéis, estabelecimentos similares e cantinas, desde que sejam consumidos no local da venda”.

14. Sobre os requisitos especiais a aplicar à publicidade infanto-juvenil ver ALMEIDA, Susana, “A Publicidade Infanto-Juvenil e o Assédio pela Internet”, in *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, n. 14, janeiro 2014, pp. 149 a 175.
15. O orçamento deve conter os seguintes elementos: a) nome, morada do estabelecimento, número de telefone e endereço eletrónico, caso exista; b) identificação fiscal e número de registo que consta na Conservatória do Registo Comercial do prestador de serviços; c) nome, domicílio e identificação fiscal do consumidor; d) descrição sumária dos serviços a prestar; e) preço dos serviços a prestar, que deve incluir: i) valor da mão de obra a utilizar; ii) valor dos materiais e equipamentos a utilizar, incorporar ou a substituir; f) datas de início e fim da prestação do serviço; g) forma e condições de pagamento; h) validade do orçamento.
16. O Decreto-Lei 57/2008, de 26 de março, “estabelece o regime jurídico aplicável às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores, ocorridas antes, durante ou após uma transacção comercial relativa a um bem ou serviço, transpondo para a ordem jurídica interna a Directiva n. 2005/29/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de maio, relativa às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores no mercado interno, e que altera as Directivas n.ºs 84/450/CEE, do Conselho, de 10 de Setembro, 97/7/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de maio, 98/27/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de maio, e 2002/65/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de Setembro, e o Regulamento (CE) n. 2006/2004, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de Outubro” (artigo 1º).

Referências

- ALMEIDA, Susana. “A Publicidade Infanto-Juvenil e o Assédio pela Internet”, *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, n. 14, janeiro 2014, pp. 149 a 175.
- CARVALHO, Morais de; PINTO FERREIRA, João. *Contratos celebrados à distância e fora de estabelecimento comercial – Anotação ao Decreto-Lei 24/2014*, de 14 de fevereiro, Almedina, Coimbra, 2014.
- CARVALHO, Morais de. *Manual de direito do consumo*. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2014.
- CEBOLA, Cátia S. M. “Mediação e Arbitragem de Conflitos de Consumo: panorama português”, *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, n. 6, 2012, pp. 11 a 46.
- DINIS, Marisa. “Contratos celebrados à distância e contratos celebrados fora do estabelecimento comercial – da diretiva à transposição para o ordenamento jurídico português”, *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, v. IV, n. 15, setembro 2014, pp. 99-126.
- _____. “O Direito à Informação – Consequências em Caso de Preterição dos Deveres de Informação”, *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, v. V, n. 16, dezembro de 2014, pp. 87-123.
- FROTA, Mário. “Garantia das Coisas Móveis Duradouras”, *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, n. 53, 2008, pp. 28 a 42.

- _____. “Coisas móveis duradouras: o regime das garantias no ordenamento jurídico português”, *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, n. 4, dezembro 2011, pp. 137-166. (sobre as garantias ver, em particular, página 181 e seguintes).
- GOMES, Manuel. “Ser ou não ser Conforme, Eis a Questão – em tema de garantia legal de conformidade na venda de bens de consumo”, in *Cadernos de Direito Privado*, n. 21, 2008, pp. 3 a 20.
- LOUREIRO, Francisco. “Do Direito de Desistência ou de Retratação no Contrato de Crédito ao Consumidor”, *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, n. 18, junho 2015, pp. 121 a 146.